

ANVENDELSE I UNDERVISNINGEN

Undervisningsmaterialet er tænkt som en case, hvor klassen opdeles i grupper.

Her skal de udtænke deres egen virksomhed i forbindelse med de iværksætterideer, der er præsenteret i udstillingen. Hver gruppe består af forskellige rolleelementer, hvor hver person får en rolle i virksomheden: designer, sælger, marketingschef, direktør, økonomichef, produktudvikler osv.

I grupperne skal de lave deres egen fiktive virksomhed med tilhørende produkter. Ligeledes kan de i forbindelse med etableringen også forholde sig til, hvorledes deres virksomheder bliver påvirket af infrastrukturelle/samfundsmæssige ændringer, politiske ændringer, økonomiske ændringer osv.

Casen for grupperne skal ende ud i fremlæggelse af virksomheden, som de andre grupper på skift skal være responsgruppe for. I fremlæggelsen skal eleverne komme omkring deres virksomheds historie, deres roller i virksomheden, hvilke produkter de fremstiller, og hvilke overvejelser de har gjort sig undervejs.

Disse fag kan tænkes ind i undervisningsmaterialet:

- Samfundsfag:
 - Undervisningsmaterialet kunne inddrages i emnet: Økonomi. Produktion, arbejde og forbrug.
 - Hvor eleverne igennem særudstillingen får mulighed for at sætte sig ind i, hvorledes en virksomhed er skruet sammen på baggrund af kulturelle, politiske og samfundsmæssige påvirkninger. Casen skal ses som et værktøj til at forstå nogle af hovedtrækkene bag udviklingen for lokalegnens erhvervsstruktur.
 - Underemner kunne i denne forbindelse være:
 - Det økonomiske kredsløb/markedsmekanismen.
 - Bæredygtig udvikling set i lyset af økonomisk vækst og miljø.
 - Udbuds- og efterspørgselssiden i markedøkonomi.
 - Sammenhængen mellem aktørens økonomiske position og aktørens interesser og ideologier i det danske samfund sat over for det globale.
 - Samspillet mellem økonomisk udvikling og naturgrundlaget.

- Historie:
 - Undervisningsmaterialet kunne inddrages i emnet: Udviklings- og sammenhængsforståelse.
 - Jf. afsnittet ovenfor.
 - Underemner kunne i denne forbindelse være:
 - Måden at organisere et lokalsamfund på.
 - Med henblik på sammenhængen med produktion, forbrug og ressourcer.
 - Periodens fremherskende værdier og holdninger sat overfor begivenheder og samfundsforandringer.
 - Herunder begrebet: *Herningånden*.
 - Samfundsmæssige fællesskaber.

- Dansk:
 - Undervisningsmaterialet kunne inddrages i: Mundtlig og skriftlig fremstilling.
 - Her kunne eleverne i forbindelse med casen også udarbejde et skriftligt produkt, således at de får styrket deres kommunikations- og formidlingsevner.
 - Underemner kunne i denne forbindelse være:
 - Elektroniske medier/it – f.eks. en fiktiv hjemmeside for virksomheden.
 - Gruppearbejde - samarbejde.
 - Skriftlig/mundtlig fremstilling.
 - Aktantmodellen.

- Matematik:
 - Undervisningsmaterialet kunne inddrages i: Matematik i anvendelse.
 - Her kunne eleverne arbejde med den matematiske side af virksomheden, således at eleverne får mulighed for at styrke matematiske færdigheder og redskaber i praksis.
 - Underemner kunne i denne forbindelse være:
 - Målestoksforhold: plantegning af virksomheden.
 - Marketingsføring.
 - Statistik.
 - Budget for virksomheden/ finansiering.
 - Elektroniske medier/it.

Casemateriale:

Casen er et samarbejdsforløb for grupper, hvor eleverne skal finde en iværksætteridé og ud fra denne idé oparbejde en fiktiv virksomhed med produkter. Casen har afsæt i særudstillingen *Herningånden – Vækst & Innovation*.

For at hjælpe eleverne bedst muligt på vej i idéprocessen kan denne lille øvelse inddrages: "Ja, og..". Disse to ord bruges, når der skal skabes ideer sammen, f.eks. ved udvikling af nye produkter og designs. Ordene lægger op til åbenhed og videre inspiration og kan være med til at hjælpe udviklingsprocessen af et produkt via elevernes forskellige kreative tanker. Hvis der allerede fra start bliver skudt ned på ideerne, bliver det en meget lang og svær proces, hvorimod denne lille øvelse giver mulighed for videreudvikling af de ideer, der måtte fremkomme.

Øvelsen foregår således:

Den ene i gruppen lægger ud med en idé, den næste i gruppen fortsætter ved at sige: "ja, og...". – og bygger så videre på ideen, hvorefter næste elev overtager. Fortsæt dette hele vejen rundt i gruppen i ca. 5 min. pr. idé. Afsæt gerne ca. 30 min. i alt til hele øvelsen.

Eksempler herpå:

A: "Man kunne lave mobiltelefonholdere af stof".

B: "Ja, og man kunne pakke opladeren ind i garn".

A/C (alt efter antal deltagere): "Ja, og så kunne man lave en lille taske, hvor det hele kunne være i".

A: "Ja, og så kunne man..." (fortsæt selv).

A: "Man kunne lave en tekop der selv kunne koge vandet."

B: "Ja, og det eneste man skulle gøre var, at hælde vand i og tænde for den."

A/C (alt efter antal deltagere): "Ja, og så kunne den om sommeren køle drikkelserne ned i stedet for, f.eks. champagne."

A: "Ja, og så kunne man..." – (fortsæt selv).

Selve casen:

Klassen deles i grupper. Hver gruppe skal nu beslutte sig for en iværksætteridé. Når dette er gjort, deler eleverne sig ind på forskellige roller i den fiktive virksomhed, det kan f.eks. være designer, sælger, marketingschef, direktør, økonomichef, produktudvikler osv.

Det er nu op til gruppen at indarbejde:

- Deres virksomheds historie.
 - Hvordan er ideen opstået, og hvordan har den udviklet sig?
- Deres roller i virksomheden:
 - F. eks. hvilken elev står for hvad? – begrundelsen samt hvilke opgaver de har i virksomheden, og hvem de samarbejder med?
- Hvilke produkter de fremstiller:
 - F.eks. enten som tekstmateriale, illustrationer m.m.
- Hvilke overvejelser de har gjort undervejs. F.eks.:
 - Hvordan vil de producere deres produkt?
 - Hvordan skal virksomheden opbygges?
 - Er der samspil mellem det lokale og det globale samfund?
 - Er der begrænsninger i forhold til dette?

SWOT-analyse

Der kan evt. laves en SWOT-analyse af det valgte produkt for at blive klogere på virksomhedens kernepunkter. Strengths (Styrker), Weaknesses (Svagheder), Opportunities (Muligheder) og Threats (Trusler)

Hvad er produktets styrker, hvad er dets svagheder, hvad er dets muligheder og hvad er dets trusler?

SWOT-analysen er opbygget således, at den viser virksomhedens indre formåen: styrker og svagheder samt omverdenens indflydelse: muligheder og trusler for virksomheden. SWOT-analysen er derfor et godt redskab til at få overblik over sit koncept. I forbindelse med casen kan analysen bruges på både det teknologiske og det konceptmæssige.

S (styrker): Det virksomheden eller selve iværksætterideen er god til. Det kunne f.eks. være viden på kerneområder, personlige egenskaber, gode lokaler, god økonomi, godt koncept, samarbejdspartnere, god omsætning, nytænkende produkt/ydelse, ny teknologi m.m.

W (svagheder): Der hvor virksomheden eller ideen skal arbejde hårdere/er svag. Noget som virksomheden mangler, gør dårligt i forhold til de andre konkurrenter; dårligt omdømme, svagheder i konceptet, gamle produkter/forældet teknologi, manglende marketingsføring, manglende viden m.m.

O (Muligheder): Virksomhedens eller ideens muligheder i omgivelserne, muligheder som virksomheden ikke selv er herre over; netværk, tilskud/støtte, øget interesse, nye kunder, ny lovgivning, ny teknologi, døende konkurrenter, nye trends, timing m.m.

T (Trusler): Ændringer der kan påvirke virksomheden eller ideen i en negativ retning. Kunderne fraflytter, netværk der smuldrer, nyere teknologi, nye konkurrenter, timing, nye leverandørbetingelser m.m.

Et eksempel herpå – f.eks. tekopvarmeren:

S (Styrker i konceptet, set indefra): kan bruges i alle sammenhænge, flere forskellige samarbejdspartnere, eksportmulighed, godt omdømme, godt samarbejde internt, mulighed for videreudvikling af konceptet osv.

W (Svagheder i konceptet, set indefra): nyere teknologi vinder frem, begrænset brugerfelt, forældet på visse punkter, svækkelse i holdbarheden, dårlig timing osv.

O (Muligheder fra omverdenen): tilskud/støtte, øget interesse, nye samarbejdspartnere, netværk, eksport muligheder, nye trends, økologi, nyere teknologi osv.

T (Trusler fra omverdenen): nyere teknologi, nyere trends, kriser i erhvervssektoren, ny lovgivning, ressourcematerialer, minus patentgodkendelse osv.

NB. SWOT-analysen kan yderligere udvikles med en SWOT-matrix for, hvorledes virksomhedens strategier skal videreudvikles.

Eksempel:

	Trusler	Muligheder
Svagheder	Undgå	Tag initiativ, styrk kompetencerne.
Styrker	Tag dig i agt. Forbedre initiativer, der kan imødegå truslerne.	Udnyt

Læringsstile – med afsæt i David Kolbs læringscirkel¹:

- **Aktivisten:** Der er mulighed for at engagere sig fuldt ud og med 'hands on' igennem fremstillingen af den fiktive virksomhed samt styrke samarbejdsevnerne og den kreative tankegang.
- **Teoretikeren:** Der er mulighed for 'minds on' igennem egen fremstilling af den fiktive virksomhed og især igennem SWOT-analysen med udgangspunkt i det afsluttende rum i udstillingen.
- **Den reflekterende:** Der er mulighed for at reflektere over fremstillingen af den fiktive virksomhed samt selve iværksætteridéprocessen.

¹ Jf. David. A. Kolb: Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1984.

- Pragmatikeren: Kombinationen af det faktuelle og selve det at afprøve det i praksis.

En idé kunne være at sammensætte grupperne, således at alle typerne er repræsenteret.

Læringsmål i forbindelse med projektet:

- Eleverne lærer:
 - Vigtigheden i at have forskellige kompetencer.
 - At tænke på en løsningsorienteret måde.
 - At samarbejde er vigtigt, hvis projektet skal lykkes.
 - At tænke innovativt.

Afrunding:

Projektet skal munde ud en i fremlæggelse af virksomheden, som de andre grupper på skift skal være responsgruppe for. Projektet kan også bruges som et tværfagligt forløb således, at iværksætterideerne kan finde inspiration fra flere vinkler.

Andet:

Der kan evt. være en idé-udveksling med anden gruppe midt i forløbet.

Klassekasse: *Innovation for 200 år siden*

Kassen skal ses som en inspirationskilde omkring innovationen igennem 200 år. Den indeholder:

- Temaark om jydepotter, løbbling, hornskeer og uldproduktion.
- Artikel: *En rigdom af varer.*
- Tip en 13'er.
- Fotografier af genstande:
 - Jydepotter.
 - Løbbinding.
 - Hornskeer.
 - Uldproduktion.
 - Kort over bierhvervenes gruppering i hedeegnene.

Links der kan have relevans for undervisningsforløbet:

- Museum Midtjylland: <http://www.museummidtjylland.dk/>
- Opfinderrådgivningen: <http://www.opfind.nu/>
- Den danske patentdatabase: <http://www.espacenet.dk/> og den amerikanske: <http://www.uspto.gov/>

KLASSEKASSE: INNOVATION FOR 200 ÅR SIDEN

Temaark om jydepotter

En jydepotte er en bestemt slags keramiktype, der er blevet produceret i de jyske landområder fra ca. 1400-tallet og indtil begyndelsen af 1900-tallet.

Det var især kvinderne, der stod for produktionen. Selve produktionen foregik for det meste som biproduktion ved siden af landbruget, selvom man nogle steder nærmest kunne tale om en industri.

Da produktionen var på sit højeste omkring 1840 antages det, at der blev produceret mellem 1,8 og 1,9 millioner potter om året. På Varde-egnen kunne man i starten af 1800-tallet tale om en professionalisering, i og med at man på gårdene om sommeren hyrede tjenestepiger, som udelukkende skulle stå for produktionen af jydepotter. En tjenestepige kunne på en sommer fremstille ca. 3000 potter.

Man kan kende jydepotten på dens farve og struktur (godset), da den er mere 'grov' i det.

Jydepotten banket ud af leret og på denne måde formet op i stedet for at blive drejet på drejeskive. Endvidere er jydepotterne brændt ved meget lave temperaturer og i et iltfattigt miljø, hvilket forklarer farveintervallet: grå – sort, det er derfor de også går under navnet: "Sort potter". Potterne kunne desuden efter brænding være blevet gnedet med en sten, kaldt: 'glitning', så de efterfølgende fremstod skinnede og blanke.

De ældste arkæologiske fund, der minder om jydepotten er gjort i Østjylland og kan formentlig dateres til omkring 1400-årene.

Den meget grove fremstillingsteknik har gjort, at man tidligere har opfattet den til at være yngre end den er, man mente at den tilhørte 'nyere tid' – efter 1536.¹

Kvaliteten og formene varierer efter landsdel. De fineste potter kommer fra Varde-egnen, mens gryderne i Holstebro var meget primitive, og potterne fra Viborg- og Randers-egnen var meget grove i det og meget sjældent glittede. Det kunne for bønderne betale sig at sælge potterne på markedet. I 1790 kostede en gryde 2 skilling, hvis den blev solgt ved dørsalg, hvorimod den ville blive solgt for 12 – 16 skilling i Vejle, og i København kunne prisen komme helt op på 24 – 32 skilling, hvilket var en fin fortjeneste, selvom man medregnede fragten.

Jydepotteproduktionen ebbede ud i 1800-tallet, da der kom nye komfurer og billige jerngryder blev allemandseje, og en 400-årig innovationsidé forsvandt. De sidste år blev potterne næsten kun fremstillet til pynt og brugskunst.

Vidste du det?

- *At drikkebægre ikke var et normalt jydepotteprodukt, men at de kunne laves på bestilling (sidst i 1800-tallet).*
- *At husmand Anders Nielsen Skander fra Vorup i Galten Herred skulle bruge et Jydepottepas for at sælge sine produkter i Aarhus.*
- *At man tilsatte sand for at give jydepotterne et mere gråligt skær.*

¹ J. Andersen. Jydepotter fra Brønderslev. *Kuml* 1995-96, s. 239-265.

KLASSEKASSE: INNOVATION FOR 200 ÅR SIDEN

Temaark om hornskeer

Det var især på Holstebro-egnen, at produktionen af hornskeer var udbredt. Det var for bønderne endnu et felt, hvor man kunne lave binæringer inden døre og på den måde supplere landbruget på. Hornene blev hentet i Danmark og i udlandet, og de færdige skeer blev ligeledes afhændede til både det danske og det udlandske marked.

Man brugte udklippede ske-formede mønstre i læder som skabelon. Læderet blev lagt over hornet, dernæst blev hornet savet ud i så mange stykker og størrelser som muligt. Nu begyndte arbejdet med den enkelte ske.

Hornet blev varmet op, og på den måde kunne materialet bøjes til den helt rigtige form. Skeen blev efterfølgende raspet og skrabet for til sidst at blive pudset med pimpsten og grøn sæbe. En dygtig hornskemager kunne få 7 – 9 skeer ud af et enkelt horn.

I Nees sogn vest for Holstebro blev der omkring 1870 produceret ca. 72.000 skeer, men allerede efter kun 10 år faldt efterspørgslen på dem, idet folk hellere ville havde de billige metalskeer, som var blevet populære. Selve produktionen ophørte i 1920'erne, men i dag har hornskeerne fået en renæssance – i og med at vikinge- og middelalderentusiaster har taget den gamle teknik til sig og derved har genoplivet det gamle håndværk.

Vidste du det?

- *At de stykker der var for små til at lave skeer af blev brugt til knapper.*
- *At hvis skeerne skulle være særlig fine, brugte man bøffelhorn.*
- *At skeer af træ og horn indtil begyndelsen af 1900-tallet var almindeligt og den eneste personlige genstand ved bondens bord om det fælles grødfad.*
- *At det for det meste var alm. spiseskeer, pølsehorn (til stopning af pølser) og skumskeer (anvendt til at skumme fløden af mælkefadene med), der blev produceret.*



KLASSEKASSE: INNOVATION FOR 200 ÅR SIDEN

Temaark om løbbinding

Løbbinding er et ældgammelt håndværk, der undertiden også bliver kaldt for halmbinding. Det var især i det træfattige Vestjylland, at man brugte halm til at binde af. Det blev brugt til alt lige fra sko, kornbinger (til opbevaring af korn), bistader, tragte, spande, madkasser, døre, studeåg og til vugger. Fælles for alle genstandene var, at de var en nødvendig udnyttelse af naturens materialer. Derfor har man i Midt- og Vestjylland bundet løb i længere tid end i resten af landet.

Det var mandens arbejde at lave løbbinding. Drengene blev oplært i arbejdet med at samle halmvulster (bundter) og sy dem sammen i spiraler. Det var et meget nyttigt håndværk at kunne, selv ældre mænd på aftægt havde som regel kræfter og håndelag til lave disse halmløb. De brugte et kohorn eller et knoglestykke som binding, når halmen var blevet samlet i lige tykke vulster. Efterfølgende bandt man vulsterne sammen med splinder (tynde grene af pil eller hassel) eller simer (halmsnore).

Bønderne sparede på halmen for at udnytte den til halmløb, så i stedet for halm i træskoene eller på staldgulvet brugte man lyng. De brugte det sågar på tagene, så det blev lyngtage i stedet for stråtækt. Endvidere har man i nogle huse brugt halmløb som døre eller som isolering under taget eller bag en fugtig væg.

Vidste du det?

- *At det ofte var efter Aftensædet (efter Mikkelsdag d. 29. sept. til Gregorius dag d. 12. marts), at man sad og lavede forskellig former for husflid.*
- *At man arbejdede både før og efter aftenmåltidet i disse perioder.*
- *At man tit kombinerede det med en social sammenkomst, såsom hørgilder og kartegilder, hvor man mødtes fra forskellige gårde for at arbejde, snakke, synge og fortælle historier sammen.*
- *At genstandene sjældent blev solgt på markederne, men derimod blev brugt i husholdningen.*



KLASSEKASSE: INNOVATION FOR 200 ÅR SIDEN

Temaark om uldproduktion

For hedebonden spillede hedefåret en stor rolle, og med tiden kom der flere og flere af dem. Hedebonden kunne udnytte en del ressourcer herfra: kød, mælk, uld og skind. Betegnelsen: 'Uldjyden' dækker over folk fra heden fra Vest- og Midtjylland som for at skabe sig en større indtægt slog sig ned som fårehyrder, særligt på Herningegnen var denne tradition udbredt.

Ikke alle jorde var lige gode til at have fåreavl, især var der på heden store mosedrag. Dette gjorde, at man tit måtte skaffe råmaterialet – ulden - fra andre egne. Hosebinderi kunne udføres af både mænd, kvinder – ung som gammel, i de ledige stunder som var tilovers udover andet arbejdet og særligt i de lange efterår- og vinterperioder.

Efterspørgslen var stor, hvilket igen påvirkede omsætningen. Alene på Herningsholm gods kunne man i 1750'erne producere 16 – 20.000 par strømper om året. Jo hurtigere strikkepindene gik, des højere var buddet efter uld.

I det 17. århundrede havde de jyske hoser allerede fået et solidt indpas i København, hvor antallet af de jyske hosekræmmere voksede støt, og forbruget i 1785 blev vurderet til mere end en halv tønde guld årligt. Det var ikke kun i hovedstaden at der var stor efterspørgsel, der blev solgt hoser over hele landet samt til udlandet: Altona, Hamborg, Lübeck, Bremen, Hannover, Holland, Pommern, Polen og Rusland.

Vidste du det?

- *At man i starten var mere interesseret i at udnytte hedens beplantning end at holde får og stude.*
- *At holde "hundene fra døren" betød, at så længe man havde en hose i hånde, kunne man klare skatter og afgifter.*
- *At der var hungersnød i Danmark 1770-1772, men at binæringerne i Midt- og Vestjylland gjorde, at dette område blev mindre ramt.*
- *At man var bange for at folk blev for dovne og kuldkære af strikkeriet, og at landbruget derfor ville forfalde.*



KLASSEKASSE: INNOVATION FOR 200 ÅR SIDEN

Ideer til virksomhedstyper:

- Medier.
- Events.
- Produktionsvirksomhed.
- Shipping.
- Kommunal virksomhed.
- Handelsvirksomhed (Engros-/ detailvirksomhed).
- Servicevirksomheder.
- Branchevirksomheder.

Eksempler på forskelle mellem de mere traditionelle, masseproducerede virksomheder og de vidensbaserede virksomheder:

De traditionelle:

- Baseret på ensartede rutineprægede opgaver.
- Markedsundersøgelser for erhvervelse af nye kunder og herigennem mulighed for påvirke kunderne med en salgsfremmende indsats.
- Mulighed for langvarig kundeloyalitet.
- Fysisk vareflow.

De vidensbaserede:

- Baseret på uensartede opgaver, der er præget af videns- og netværksløsninger.
- Viden om kundebehovet opnås igennem direkte kontakt og samarbejde.
- Kunderne er mere illoyale, i og med at salget er meget betinget af individuelle løsninger.
- Digitalt informationsflow.

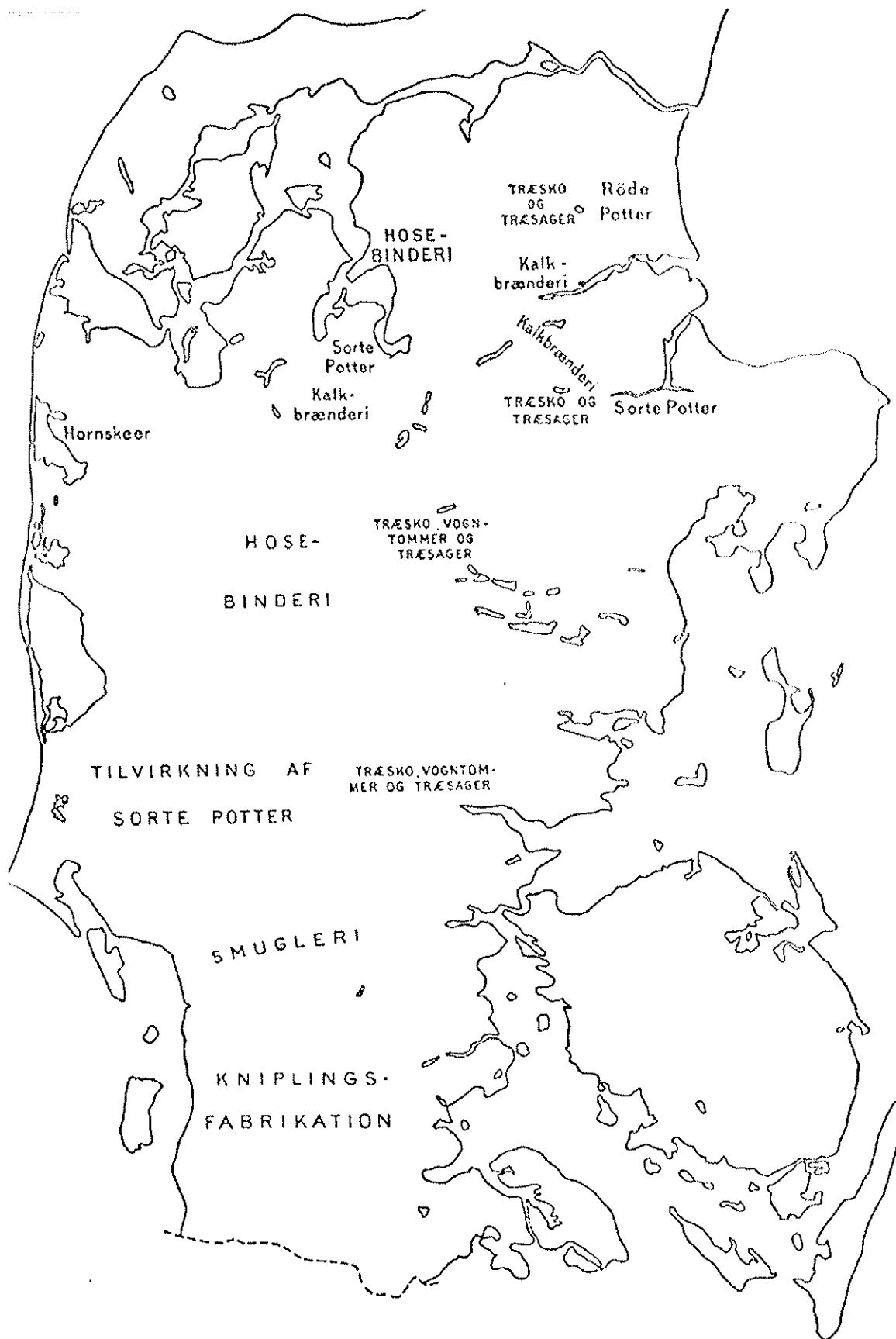


Fig. 1: Bierhvervenes gruppering på hedeegnene. Efter H. Matthiesen 1939.